

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
“IMAGINARIOS EN TWITTER”

AUTORA:
LOURDES NATALY MORILLO SOLÓRZANO

TUTORA:
JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES

Quito, febrero del 2016

Cesión de derechos de autor

Yo, Lourdes Nataly Morillo Solórzano, con documento de identificación N° 1718909748, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales, en virtud de que soy autor del trabajo de grado intitulado: "Imaginarios en Twitter", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Lourdes Nataly Morillo Solórzano

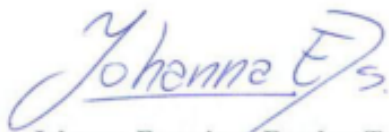
Cédula: 1718909748

Fecha: 27 de enero de 2015

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo, Escobar Torres Johanna Francisca, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación, cuyo tema es: "Imaginarios en Twitter", realizado por la estudiante Lourdes Nataly Morillo Solórzano, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, enero del 2016



Johanna Francisca Escobar Torres

C.I. 1714010301

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico al ser de luz que para mí es el Divino Niño, quien me ha guiado por el camino correcto y me ha dado la sabiduría para poder culminar mi profesión a pesar de algunas dificultades que se presentaron en mi camino, salí victoriosa sin desmayar.

Además, sería infaltable mi dedicatoria a la mujer que ha estado conmigo en los buenos y malos momentos, mi madre, por quien me inspiré y dedico este trabajo, con el que obtendré el título tan anhelado de una profesión que me apasiona.

Sin lugar a dudas, mi infinito agradecimiento a mi madre, quien ha sido el pilar para mi desarrollo, brindándome aportes invaluableles que serán útiles en toda mi vida.

Agradecimiento

Luego de haber transcurrido tantos años en las aulas de tan prestigiosa universidad, agradezco a mis profesores quienes me supieron guiar en cada una de las materias que me dirigían, enseñándome que esta profesión cruza fronteras y que se debe estar dispuesto a arriesgarlo todo y a todos para que el trabajo final no se vea manchado. Cómo no agradecer a mi tutora, quien a pesar de estar ausente físicamente por algunos días por motivos de crecimiento profesional, estuvo siempre pendiente dándome las directrices a seguir para que el trabajo sea excelente.

Índice

Introducción	1
1. Objetivos.....	4
1.1. Objetivo General	4
1.2. Objetivos Específicos	4
2. Metodología.....	5
3. Resultados.....	13
3.1. Fundamentación teórica del imaginario de relaciones personales en Twitter 13	
3.2. Mayores usuarios y consumidores de redes sociales.....	15
3.3. Observación participativa.....	15
3.3.1. Christofer Cuenca (16 años)	16
3.3.2. Matías Cuenca (12 años).....	17
3.3.3. Edith Narváez (15 años)	18
3.3.4. Nicolás Narváez (14 años).....	19
3.3.5. Mateo Ruiz (22 años).....	20
3.3.6. Stalin Jácome (joven de 22 años)	21
3.3.7. Alejandra Ortiz (24 años)	22
3.3.8. Joshue Espinoza (24 años).....	22
3.3.9. Bryan Espinoza (19 años).....	23
3.3.10. Josselyn Jácome (20 años).....	24
4. Conclusiones.....	25
5. Referencias.....	28

Resumen

El presente trabajo, permite la recopilación informativa basada en técnicas documentales y experimentales acerca de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como medio de comunicación masivo-social, la idea se enfoca en las redes sociales, y finalmente se desencadena en el boom que trae el Twitter, siendo una de las principales redes tecnológicas de comunicación interpersonal a escala mundial después del Facebook, cuyos seguidores poseen un lenguaje común no formal, más bien amigable que pretende enfocarse hacia los intereses propios de cada individuo, para demostrar identidad.

La pregunta principal a responder a partir del proyecto fue: ¿cuáles son los principales imaginarios colectivos en las redes sociales con especial énfasis en el Twitter? Dicha pregunta pretende englobar el imaginario de miles de jóvenes, que buscan en las redes sociales afianzar sus relaciones interpersonales, como una de las necesidades que posee todo individuo; y que en edades de 12 a 25 años es uno de los aspectos más influyentes y de mayor trascendencia para una persona.

Abstract

This work allows the information collection based on documentary and experimental techniques on the Information and Communications technology (ICT) as a social mass - media, the idea focuses on social networks , and finally it is triggered in the “ Twitter boom” being, one of the main network worldwide of interpersonal communication after Facebook, whose followers have a common informal and friendly language that intends to focus toward the specific interests of each individual, to prove identity.

The main question to be answered was: what are the main collective imaginary in social networks with special emphasis on Twitter? This question want to include the imaginary of thousands of young people seeking in social networks to strengthen their relationships , as one of the main needs that in ages from 12 to 25 years is one of the most influential and most significant aspects for a person

Introducción

Las TIC quitan todas aquellas brechas u obstáculos que impedían a una nación, empresa o persona, tener la oportunidad de estar en contacto con información relevante, proveedores - consumidores, pues la comunicación es una especie de nexo interactivo entre personas que se encuentran al otro lado del mundo, como usuarios de una interfaz totalmente amigable.

Los imaginarios colectivos de las nuevas TIC, permiten a un ser humano ampliar sus horizontes a un panorama mundial y sobre todo social, llevando consigo la globalización, factor que cada vez une más naciones y permite compartir información en tiempo real.

El presente ensayo, está enfocado en las redes sociales, como el vínculo que une cada día a más personas a nivel mundial, a través del Twitter que es una red de conexión entre usuarios de una interfaz totalmente amigable, muy utilizado después de Facebook, que cuenta con más de 500 millones de usuarios, por medio del cual se comparte información relevante, dependiendo del perfil de la persona que accede al mismo. El referido facilita su libertad de expresión, su ideología, y sobre todo crea cada vez mayor número de adeptos.

Entre los usuarios más comunes de redes sociales están los adolescentes y jóvenes en edades entre 12 a 25 años, quienes forman parte de la generación Smart, Einstein o también llamada Generación Google o Y.

La mayor parte de público joven cuenta con un usuario y contraseña en Twitter, además adoptan un lenguaje propio como los famosos retuits RT (señal que simboliza que es agradable la información publicada) o el termino tuitear que se refiere a acceder a la red social e incluir mensajes con opiniones personales.

Es así que cada día existen nuevos imaginarios colectivos con respecto a la web y principalmente para los jóvenes esto tiene que ver con interactuar de manera afectiva y social con sus amigos, familiares, parejas, y personas que sienten cerca con solo dar un clic, así se permite expandir sus horizontes sociales a través de la tecnología y sus herramientas.

En la primera parte del cuerpo del ensayo, se incluye la introducción, donde se refleja la información con respecto a documentos, en su mayoría son revistas indexadas de estudios realizados por empresas como (Nokia, 2012), quien obtiene el análisis de su mercado objetivo de forma periódica para determinar sus gustos, preferencias, inclinaciones sociales y culturales, que el público en especial joven adquiere, cuyo imaginario colectivo.

El lenguaje, como aquel medio o herramienta de comunicación ofrece no solo un relato de lo que existe en la realidad, sino que permite visualizar lo que existe en la mente, lo que la preconcepción del individuo se imagina que es un determinado objeto ya sea realmente o en lo abstracto del pensamiento, haciéndolo que su concepto sea palpado externamente por el resto a través del lenguaje, y es entonces como las redes sociales se conjugan con este asertivo significado, pues las personas crean un imaginario para ser identificado con la comunicación en tiempo real, en especial aquella que surge del uso de una red social, y principalmente para los jóvenes de generación Y, para quienes la tecnología se ha convertido en parte de sus hábitos diarios, en el lenguaje intrínseco y extrínseco de sí mismos, casi llevado como una de las necesidades fundamentales del ser.

El mencionado autor coincide con el uso de las redes sociales, adicionalmente se presenta otros estudios y conceptos dados por varios escritores, acerca de las TIC y redes sociales, en este punto se evidencian las consecuencias de su veloz difusión en el mundo del siglo actual.

Luego, se incluye la metodología y las técnicas con respecto a la investigación, con relevancia en aquellas de observación participativa y documental, para convalidar lo antes expuesto con bibliografía de autores; estos escritos permiten afianzar la preocupación actual del uso y abuso de redes sociales como parte de las TIC y en dirección a su público, como es el caso de los jóvenes.

En la tercera parte del ensayo, se presentan los resultados finales que fueron obtenidos por la observación participativa, mediante un análisis realizado a cinco jóvenes de diferentes edades, acerca de su comportamiento social, ideológico y personal con respecto al uso del Twitter, y sus imaginarios.

Finalmente, se realiza las debidas conclusiones que permiten juzgar la validez, viabilidad y relevancia de los resultados a partir de la teoría y metodología desarrollada. Se expone las referencias bibliográficas de las que se obtuvo la información adquirida con respecto al tema.

Con el uso de las TIC y las diversas formas de producción del conocimiento se puede pronosticar que la investigación de imaginarios sociales es posible. En este contexto la pregunta de este estudio es: ¿Cuáles son los principales imaginarios colectivos en las redes sociales con especial énfasis en el Twitter? Con el convencimiento que los imaginarios que se encuentran son de las siguientes clases:

1. Reafirmación ideológica: cuando una persona elige a quien seguir, gente con afinidad, para que cuando suceda un hecho le guíe y de una opinión para reafirmar el pensamiento del usuario de una cuenta; es inimaginable que a alguien que le gusta la salsa siguiendo una página de rock, sino estás de acuerdo con su lineamiento dejas de seguirle o no le sigues.
2. Sensación de información continua: la gente que sigue “trabaja para ti” (en el caso de informar de algún acontecimiento por ejemplo, para la profesión periodística), para mantenerte informado de todo sin esperar que sea el horario del noticiero para informar accidentes, cuestiones políticas, deportivas. Información que es útil para el dueño de cada cuenta.
3. Compañía permanente: por informarse constantemente, twitter es “unidireccional”. Un individuo puede seguir a quien quiera, independientemente de que esa persona esté o no interesada en seguirle a él.
4. Proximidad: siente que el personaje que redacta el twitter (famoso, artista, empresario, autoridad) escribe un mensaje para un ciudadano; pero además es un canal excelente (si lo menciona el usuario) para que él lea un mensaje del otro, ejemplo: “acabo de escribirle a Hillary Duff y ella recibe mi mensaje me siento cerca de ella y puede que hasta tenga una respuesta”.

5. Libertad de expresión: escuchar una parte de una canción o querer difundir un pensamiento, nadie dice sobre que opinar (libertad temática y libertad de contenido).
6. Importancia: Se logra que la persona a la que se admira pulse como un favorito o retuitee un mensaje, para sentir importancia, porque dispone una respuesta específica en tiempo real.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Conocer los principales imaginarios que se crean con el uso del Twitter, y llevarlos a un análisis exploratorio deductivo que ayude a descifrar las implicaciones directas para la sociedad.

1.2. Objetivos Específicos

- Determinar los procesos que realizan los imaginarios sociales en el mundo virtual de las TIC y las comunidades virtuales de twitter
- Analizar los procesos que intervienen en la formación de los imaginarios sociales, a través de las TIC y las redes sociales.
- Descubrir las implicaciones que tienen los imaginarios sociales en el uso de las TIC y redes virtuales de comunicación como el Twitter.

2. Metodología

Dentro del presente proyecto se usa la metodología exploratoria, mediante una observación participativa, debido a que por la falta de investigaciones sobre redes sociales y en especial del Twitter, se parte de la idea de conocer acerca de la forma de vida de las personas. El análisis va desde el interior del grupo que utiliza la mencionada red social como herramienta diaria y en especial se da enfoque a aquel grupo que toma al Twitter para sus fines de integración social.

Esta investigación de campo se justifica por las nuevas tendencias hacia el uso de las TIC, a partir del hecho de que toda sociedad está constituida sobre la base a un mundo de significaciones y esto en muchas ocasiones va conforme o se contrapone con el pensamiento de cada individuo en particular.

De acuerdo a (Fiebich, 2007, pág. 152) que expresa:

La web, como repositorio vivo capaz de integrar el conocimiento humano representado en signos en clave de palabras, sonidos e imágenes, se convierte en una gran posibilidad de alojar los imaginarios de cada cultura y de cada individuo sobre la Tierra. Desde el punto de vista mediático, la web puede analizarse desde dos perspectivas: por una parte, ésta funciona como acervo y vehículo propio de tecnologías predecesoras.

Pero, por otro lado, oculta bajo la inconmensurable cantidad de “páginas” yace la posibilidad de que se consolide un modo único de interacción propio de la web, la cual, al explotar las capacidades audiovisuales e interactivas de las tecnologías digitales, surja como una nueva posibilidad para narrarnos.

En el mundo actual, la tecnología es un foro de disputa de diferentes pensamientos de ideas donde se definen proyectos y usos sobre los dispositivos e imaginarios de la técnica, aquellos conflictos incurren en los parámetros de la organización laboral e impactan en las relaciones que las personas construyen con los medios, chocan en la propiedad intelectual del saber y los bienes intangibles conforman laboratorios culturales donde experimentan y diseñan máquinas, en un lenguaje hipermediático,

sustentado en la convergencia de tres soportes: la imagen, el texto y el sonido, que caracterizan al usuario como activador del mensaje. Las exigencias de fabricación se dan a través de los movimientos y transformaciones que el cambio de modelo tecnológico instituye en el sistema de medios, en sus ingeniosos dispositivos, y sobre todo en sus imaginarios.

Y es que este edificio social, es variable, volátil y debe ajustarse además a la realidad actual, siendo así que el internet, las TIC y la utilización de redes sociales se ha convertido hoy en día en la “moda social”, por llamarlo de alguna manera, esta faceta lleva a desarrollar cambios en los imaginarios sociales, a modernizarlos e innovarlos y ajustar sus representaciones a aquellas herramientas de comunicación segura en tiempo real asemejándose a aquel medio de comunicación “innovador” con que los abuelos conocían a la radio, así como los padres a la televisión, y hoy los jóvenes a las redes sociales; creando un puente conector entre lo que su concepción propia les dice que significan y lo que realmente son, y de esto se forma una ideología global que mueve a millones de personas en todos los países del mundo y los obliga a estar “conectados para vivir”.

Es así que, al abordar a las plataformas propagadas exigen la atención a nuevos modos de relaciones inter-personales, ocasionados por las matrices de la época, de la organización del trabajo a través de las interfaces mediáticas conjuntamente con la forma laboral que se acentúa, principalmente en precarización, tercerización y estrés, todo el epítome de procedimientos cotidianos que gira en torno a los dispositivos tecnológicos. El teléfono celular, reproductores de audio y sonidos, conectores de captura y almacenamiento digital conforman nuevos imaginarios, con el sistema de medios de comunicación así como operaciones de uso, pero la principal acción de dichos conectores no es acoplarse durante la jornada de labores sino cumplir con tareas mientras se combina la resolución de deberes con la búsqueda de información ya sea digital, chequeo del correo, etc. Las generaciones que se conectan con la intención de alimentar posteo, entablar chat, revelar información, mediante prácticas multitasking que quiere decir simultáneamente encuentros virtuales que nos permiten reunir a un grupo con intereses comunes para dialogar en torno a un tema en secuencia de preguntas estructuradas, y a su vez, trata de buscar la esencia de un nuevo discurso.

Con respecto a esto (Ortiz, 2013, pág. 91) refiere:

Se cree que este colectivo, además de operarse una red social, se pueda hablar de una comunidad, radica en la identidad compartida y en el tipo de relaciones interpersonales que de ella se desprenden y que al mismo tiempo, la conforman y que constituyen práctica en el sentido más profundo.

Las TIC, las redes sociales, los medios de comunicación son parte de las comunidades virtuales y en el caso de Facebook y twitter son aquellas webs que entregan algunos elementos que permiten aventurar la existencia de los imaginarios sociales virtuales, donde pueden describir un conjunto de alocuciones, acciones y valores que podrían considerarlas como tal, para ampliar el campo de trabajo y el objeto en estudio. De esta manera se analizan algunos imaginarios individuales y perfilarlos a un estudio a través de la metodología etnográfica virtual, en una página social (twitter) diseñado para tal efecto.

Ya lo menciona (Castells, 2009, pág. 42):

La irrupción de web 2.0 y las redes sociales expresa un cambio de modelo de comunicación, que va desde uno unidireccional, caracterizado por un emisor omnipresente y un receptor pasivo, a un esquema dialógico, de autocomunicación de masas como plantea.

De acuerdo a (Salinas, 2012, pág. 2) que afirma:

Donde cada persona se convierte en su propio medio de comunicación, y se produce un diálogo e interacción entre emisores y receptores (interlocutores) en plataformas como Youtube, Wikipedia, Flickr, MySpace, Facebook, Twitter o Blogger, entre otros.

Las nuevas tecnologías que se implementaron, fomentan en el individuo nuevas formas científicas de experimentar teorías o metodologías investigativas, creándose así comunidades virtuales.

Según indica (Jenkins, 2009, pág. 14):

La convergencia es un flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir a casi cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. Es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de aquello a lo que sea creíble referirse.

De acuerdo a (Jenkins, 2009, pág. 15) indica que las convergencias representan un cambio de paradigma en:

- Los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos
- Interdependencias de los sistemas de comunicación
- Múltiples modos de acceder a los contenidos mediáticos
- Cultura participativa de abajo hacia arriba
- Consumo como una práctica en red

Además, relata las diferencias entre viejos y nuevos consumidores, pues los primeros eran pasivos, predecibles y permanecían donde les decían que se quedasen.

Mientras que los nuevos consumidores son activos, son migratorios y muestran una lealtad hacia las cadenas, las redes y los medios.

Con esto, otorga una pauta para conocer que mucho difiere el consumidor y porque no decir el productor antiguo, donde sus canales eran totalmente desconocidos entre sí, muy alejados de poder discutir o exigir algún tipo de característica en un determinado producto o servicio, donde las barreras de la comunicación, solo se podía llegar a donde se permitía quedarse, es decir es un tema más estático, poco evolutivo y sin exigencia, tal como dice Henry Jenkins era un actor poco participativo, es decir pasivo por naturaleza; sin embargo, a raíz del desprendimiento veloz que trajo consigo las TIC, sucedió lo contrario puesto que no cambian los tipos de comunicación, sino que, los que cambian son los medios o herramientas que se utilizan para transmitir la información, y la rapidez con la que la sociedad puede acceder a ellos.

Es aquí donde amerita hablar de la globalización de los medios como un factor primordial para la transmisión veloz de la información a nivel mundial, siendo así, que

los hábitos de consumo, relaciones interpersonales, gustos, preferencias e ideologías se ven totalmente en un medio innovador, predispuesto a exigir mejor calidad de consumo, así como las relaciones cada vez más cercanas a través de un dispositivo informático como un PC, Tablet, web cam, y todo aquel aparato que forma parte de las herramientas que permiten transmitir las TIC como un medio de acceso directo, pero también imaginario y virtual, entre los seres humanos y las distancias que existen entre ellos.

Dentro de la observación participativa, se realizó un análisis directo hacia un grupo de cinco personas, que residen actualmente en Quito y que están dentro de las edades de 12 a 24 años, ya que son quienes utilizan la red social con mayor frecuencia y son parte de los más de 500 millones de usuarios de Twitter. En la investigación se indagó sus vidas en lo cotidiano, de acuerdo a las horas que pasan en el Internet y específicamente en una red social; además se observó las características particulares que los distingue en personalidad, gustos y preferencias a diario.

La selección de los participantes se la hizo sobre la base de un muestreo intencionado, se escogió a cinco personas en edades entre 12 a 24 años, quienes tienen ciertas características en el uso de redes sociales, principalmente son personas que pasan mucho tiempo inmersos en el mundo virtual ya sea por la realización de sus tareas o trabajos, así como por la necesidad de interacción con otras personas, en especial se rescata aquellos temas emocionales como es el caso de familia, amigos, novia/novio, quienes tienden a utilizar redes sociales con la idea de interrelacionarse y sentirse cerca emocionalmente de las personas que quieren, asimismo se rescata que sean individuos jóvenes por el hecho de que son quienes están incluidos en el boom tecnológico, por ser parte de la generación Einstein o también llamada generación ND (Nacido Digital), que tienen ciertas características como aquellos que son optimistas, que creen en un crecimiento personal y reestructuración. La identidad se marca al ser sinceros consigo mismos, viven en un mundo de sociedad de la información comercializada las 24 horas al día.

También, se presenciaron criterios similares sobre los recursos disponibles, consideraciones específicas, que tuvo el objetivo de optimizar el potencial de una muestra pequeña de individuos, entre 12 y 24 años, con género indistinto, nivel de

estudios estuvo entre colegio el (80%) y universidad el (20%), con un nivel socioeconómico medio alto y alto, al ser personas con más acceso a la tecnología, ya sea que en sus hogares disponen de ordenadores, o a través de smartphones, tablets, u otros dispositivos que les permiten interactuar con el mundo tecnológico, su ocupación común es ser estudiantes, aunque en el caso de la persona de 22 años también trabaja.

Se debe partir de la idea que el twitter al igual que Facebook, Tango, y otras aplicaciones está considerada como una red social, las cuales en los últimos años se convierten en una expresión del lenguaje común y con la llegada de la Web 2.0, las redes sociales forman estructuras bien definidas de personas o entidades comunicadas a nivel mundial.

De acuerdo a (Carrasco, 2009, pág. 10) que indica:

La Web 2.0 es llamada también la Web Social los profesores de la Universidad de Indiana, Andreas M Kaplan y Michel Haenlein, definen los medios sociales como “un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario”. El cambio se da verdaderamente a nivel usuario, que pasa de ser consumidor de la Web.

La Web 2.0 es llamada también la Web social los profesores de la Universidad de Indiana, Andreas M. Kaplan y Michel Haenlein, definen los medios sociales como "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario". El cambio se da verdaderamente a nivel usuario, que pasa de ser consumidor de la Web a interactuar con ella y con el resto de usuarios de múltiples formas. El concepto de medios sociales refiere un gran abanico de posibilidades de comunicación como: blogs, juegos sociales, redes sociales, videojuegos multijugador masivos en línea (MMO), grupos de discusión y foros, microblog, mundos virtuales, sitios para compartir vídeos, fotografías, música y presentaciones, marcadores sociales, webcast, entre otras.

Una red social de acuerdo a (Ponce L. , 2012, págs. 11-12) es:

“Una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común”.

Con lo que se concluye que las redes sociales son consideradas de gran importancia en los últimos años, en especial en el campo de relaciones personales, dentro de las cuales se abren nuevos paradigmas con relación al uso de Internet.

El lenguaje que se usa en Twitter es mucho más enfocado al entorno juvenil, por ejemplo desde que se inicia la conversación se utiliza el término tuitear para referirse a navegar por las páginas del twitter, es un lenguaje no tecnificado, más bien usa expresiones que frecuentemente se utiliza con amigos y en una charla o conversación cara a cara, existen mensajes con sentido social, político, tecnológico, personal, emocional, descripción de estados de ánimo.

Para el caso de relaciones personales se utiliza un lenguaje amistoso, entendible entre las personas que integran el grupo, en muchos casos cuando se trata de un ser querido o de algún artista famoso la expresión se centra en halagos, detalles con el fin de que su sentir se eleve , entre amigos muchas veces adquieren un lenguaje propio de ellos, hablan de cosas que solo ellos pueden entender; sin embargo, no son descartadas en la mayoría de los casos los tuits de aquellos que desean aportar con algún tipo de opinión diferente. Cabe mencionar que en casos en los que no se está de acuerdo con opiniones de terceros, en especial cuando de relaciones personales se trata, se tiende a exagerar el lenguaje e incluir palabras un tanto grotescas y en muchos casos con significado de tipo agresivo.

De acuerdo a (Twitter Support, 2010, pág. 21) quien menciona que:

La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres llamados tuits, que se muestran en la página principal del usuario., Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios a esto se le llama “seguir” y a los usuarios abonados se les llama

“seguidores”, “followers” y a veces tweeps (Twitter+peeps, seguidores novatos que aún no realizan muchos tweets). Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Los usuarios pueden tuitear desde la web del servicio, con aplicaciones oficiales externas (como para teléfonos inteligentes) o mediante el servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países.

Como se puede percibir, Twitter muestra una plataforma bastante amigable para el usuario, el público joven en la mayor parte de los casos son quienes usan los servicios de Twitter, sin embargo, cada vez más empresas, noticieros, famosos, cantantes y demás utilizan los servicios para ganar prestigio, como medio de comunicación y publicidad.

En el presente ensayo también se realizó un análisis de contenido, ya que se presenta el concepto sobre la base a citas bibliográficas de autores que hablan acerca de las redes sociales, su significado y su función en la sociedad, así como ser parte del concepto de un imaginario social, a su vez, se ocuparán ciertas bibliografías actualizadas como aquellos informes basados en empresas como Nokia, en su observatorio de tendencias sociales, para saber la forma en que se está desarrollando el mercado actual en cuanto a tecnología se refiere, cuyos estudios sirven de aporte para este proyecto, así como de otros estudios realizados en los últimos años acerca del comportamiento del individuo con respecto a la evolución creciente y constante de la tecnología y en especial de las redes sociales; consideradas como parte de la comunicación social que integra en “redes” a una comunidad mundial, que cada vez exige mayor comunicación instantánea y en tiempo real.

Como indica (Ponce I. , 2012, pág. 20) que:

Las redes sociales se convierten, en pocos años en un fenómeno global, se expanden como sistemas abiertos en constante construcción de sí mismos, al igual que las personas que las utilizan. El presente monográfico trata de mostrar una visión completa y útil de las redes sociales. Con este propósito se expone a lo largo de nueve apartados los diferentes elementos, conceptos y usos de las redes sociales.

En este contexto, el ensayo se enfoca al análisis a nivel de la experimentación basada en la observación participativa, donde se admite incluir los parámetros necesarios que permiten utilizar dos herramientas bastante significativas en el presente proyecto, cuya implicación tendrá la finalidad de poder demostrar en base a la experimentación lo que la parte conceptual establece.

3. Resultados

3.1. Fundamentación teórica del imaginario de relaciones personales en Twitter

Como primera instancia se debe rescatar la importancia de los imaginarios en la sociedad, cada individuo se predispone o capta su propio referente, el cual permite que se anticipe y que antepone las implicaciones de un suceso a largo plazo.

De acuerdo a (Definicion.de, 2011, pág. 10) que afirma:

Un imaginario social, es aquel que solo existe en la imaginación. La imaginación, por su parte es el proceso que permite a un ser humano manipular información generada intrínsecamente (es decir, sin que sean necesarios los estímulos del ambiente) para crear una representación en la mente.

Al analizar este concepto, es notable que un imaginario es un concepto abstracto del individuo, el cual no necesariamente se deja llevar por los criterios que el medio le otorga, sino que crea una realidad intrínseca de un determinado objeto o situación en su propia mente, lo cual le hace pensar, sentir y actuar, acorde a este principio generado por el mismo.

Como (Pintos & Aliga, 2012, págs. 11-17) se refiere que:

Cada individuo adopta un subconjunto de estos imaginarios sociales al efecto de plantear sus observaciones y realizar sus comunicaciones, del mismo modo que selecciona las palabras con las que construye su mensaje o una estructura que considera gramaticalmente aceptable. Este empaquetado de imaginarios sociales funciona como un referente propio que se anticipa convenido y que aporta al mensaje los presupuestos y las implicaciones que van más allá del contexto inmediato.

Por ello, la tecnología se convirtió en un aspecto de significación social, donde cada individuo tiene la libertad de usar la misma, de acuerdo a su propia ideología o necesidad, donde las redes sociales constituyen una fuente de retroalimentación entre usuarios, donde se puede jugar con aspectos irreales o imaginables.

Como menciona (Iberestudios Internacional, 2011, pág. 12) que:

“En los últimos años, las TIC se toman un papel importantísimo en la sociedad y se utilizan en multitud de actividades. Las TIC forman ya parte de la mayoría de sectores: educación, robótica, administración pública, empleo y empresas, salud”.

Es así que las Tecnologías de la Información, cada vez abordan la mayor parte de aspectos de la vida de un ser humano, ya que es ahí en donde los imaginarios sociales toman otros enfoques basados en el uso de la tecnología como herramienta inmaterial, instantánea e interactiva.

Al hablar de inmaterial se entiende que es una comunicación intangible, donde la virtualización o digitalización de la información permite el acceso a información, ubicada en accesos lejanos e instantáneos, cuando se maneja la información en tiempo real; es decir, lo que hoy está sucediendo en otros continentes o países es ya conocido por el resto del mundo.

Según manifiesta (María Solano Altaba, 2013, pág. 121) que:

“La relación entre los jóvenes y los entornos interactivos suscita un creciente interés, tanto en el mundo académico como en el profesional, pues los jóvenes son un público atractivo desde un punto de vista comercial, y plantean un importante reto a sus educadores (padres, docentes, medios de comunicación) incluso sobre cómo acceder a ellos y adaptarse a sus modelos de comunicación”.

3.2. Mayores usuarios y consumidores de redes sociales

El mercado objetivo principal y el mayor captado como se dijo en la parte anterior, es el de los jóvenes, quienes pertenecen a la generación Einstein o llamada ND (Nacido Digital) o más comúnmente llamada generación Y, pues es una generación ya evolucionada y que nació a raíz de los avances tecnológicos que se dieron a nivel mundial.

Es así que el objetivo del grupo investigado es compartir sus comentarios, sus bienes (música, videos, enlaces, fotos) y dárselos a conocer a los demás. La idea principal es el de aumentar sus adeptos y de reforzar la identidad propia, incluso tienden a ser incentivados por la publicidad on-line que también ofrece el Twitter para realizar la compra de ciertos artículos, pasando por los comentarios que son generados de los mismos y posteriormente influye en su disponibilidad de adquisición del producto.

3.3. Observación participativa

Para demostrar lo mencionado se elaboró un estudio de diez casos de personas entre 12 y 24 años de edad, dos de ellos son hermanos (Christofer Cuenca de 16 años y Matías Cuenca de 12 años de edad; las otras dos personas son primos de los jóvenes antes mencionados (Edith Narváez Cuenca de 15 años, Nicolás Narváez Cuenca de 14 años); dos personas de 22 años, llamados Mateo Ruiz, y Stalin Jácome, todos

residentes en la ciudad de Quito; Alejandra Ortiz y Joshue Espinoza, de 24 años de edad; Bryan Espinoza de 19 años; y Josselyn Jácome de 20 años.

Cada joven fue analizado durante un día, con el objetivo de determinar ciertos comportamientos que generaron aporte al presente proyecto. Se los observó alrededor de 6 horas diarias y se detectaron ciertos comportamientos que permiten sacar conclusiones significativas que permiten dar una idea más detallada del estudio en mención.

De acuerdo a (Búa, 2010, págs. 20-21) que indica:

“El usuario de redes sociales actual es un joven perteneciente a la denominada generación Einstein, generación ND (Nacido Digital), generación C -Creatividad, Contenido, Compartir”.

3.3.1. Christofer Cuenca (16 años)

Es un joven un tanto introvertido, quien prefiere pasar en su hogar, juega X-Box y entabla conversación con sus amigos mediante redes sociales y videoconferencia, vive con sus padres. Su papá es jefe de mercadeo en una microempresa de Quito y su madre es contadora en una empresa pública. El joven estudia en las mañanas y en las tardes llega a su casa, le recibe la persona de servicio doméstico, quien le sirve el almuerzo y se va, esto da una idea bastante clara de que el adolescente pasa sus tardes solo, realiza sus tareas de las cuales por lo menos dos de tres son consultas en el internet, luego de terminirlas se queda en el ordenador e ingresa a sus redes sociales favoritas Twitter y Facebook, revisa paulatinamente cuantos seguidores tiene en Twitter, y se atreve a incluir un comentario, el adolescente contó: “pongo comentarios con el fin de expresar mis sentimientos y que mis amigos vean en qué estado me encuentro; y a su vez para incrementar el número de seguidores en Twitter, y de me gusta en Facebook.”

Christofer también revisa el buzón de mensajes de Twitter y su amigo de la infancia le escribió un poema de amistad, lo revisa y le responde con una cara feliz.

Además recibe notificaciones actuales de las páginas a las que sigue actualmente, como de One Direction, donde se visualiza su última gira y los comentarios en inglés de sus seguidores, posteriormente mira más abajo y también sigue a la página de copa américa, donde se incluye los últimos partidos a ser disputados y de sprite donde se visualiza el video con la última publicidad de esta bebida, con el slogan “Refréscate”.

Se observó que realizó una revisión de todas las páginas de Twitter de las personas, empresas y famosos a los que sigue. Esta interacción le llevó al chico dos horas y media; cabe resaltar que esta actividad la realiza todos los días.

3.3.2. Matías Cuenca (12 años)

Según indica (Delgado & García, 2011, pág. 47) que:

“Los chicos y las chicas se inician a una edad similar en el uso de internet, dado que la edad media de inicio en los chicos es de 14 años y en las chicas es de 15 años”.

Aunque los estudios revelan, que la edad promedio de inicio de uso de internet está en los 14 años, Matías aun siendo un niño ya lo usa de manera simultánea, con tendencia a ser progresiva, enfocado en redes sociales, lo que determina que a esta edad es un “maestro” en la navegación por internet.

Matías es un niño que aún prefiere los juegos deportivos, salir al parque con sus padres los fines de semana y jugar futbol, no le gusta compartir sus juegos con el hermano, ya que menciona que los destruye. También le gusta el X-BOX y juega cada tarde después de hacer sus tareas.

El adolescente considera que uno de sus hobbies es el Twitter porque en él puede seguir a Nick (un canal de televisión satelital para niños) y ver la programación que tiene para esta semana, asimismo sigue a Cartoon Network, a través del cual revisa su

programación y también le sugieren que ingrese a links para obtener juegos gratis de sus personajes.

Matías considera que al seguir a sus canales favoritos, tiene más oportunidad de no perderse ningún programa de los que más le gusta, el análisis arrojó que el niño revisa su Twitter y las páginas actualizadas con las novedades de sus canales favoritos alrededor de dos horas diarias.

3.3.3. Edith Narváez (15 años)

Edith es una adolescente un tanto extrovertida, su padre es abogado y tiene un despacho jurídico independiente, su madre es contadora en una importante empresa multinacional, le gusta los paseos al centro comercial e ir de shopping, también pasear con sus amigas e ir de compras con ellas, extraña los momentos que pasaba con sus primos Matías y Christofer cuando de niños jugaban. En la actualidad vive en el Valle de los Chillos con sus padres, mientras que su hermano Nicolás y sus primos, en el Norte de Quito.

Las actividades diarias y las ocupaciones de sus papás, no permiten que pueda encontrarse desde hace seis meses con sus primos, ella conversa con Christofer todos los días por Facebook y lo sigue en Twitter, para estar cerca a través de la visualización de sus actualizaciones y sus fotos.

Este grupo mencionado se envía mensajes de cariño a diario e indican que se escriben cada que pueden, a Edith le encanta las páginas de Funky Fish (Tienda de accesorios y moda), también sigue a Cyzone y otras páginas de moda, como ropa para chicas y accesorios chic, esto le da un referente de lo que quiere comprar y que está de moda. Menciona a sus amigas en el Twitter y les reenvía las fotos para que interactúen. El promedio que la joven pasa en redes sociales es alrededor de cuatro horas al día.

De acuerdo a (Torres, 2007, pág. 151) indica:

De cada uno de los submundos que componen esta red, el espacio donde se enfoca esta reflexión es la web, pues éste es el lugar donde se puede gestar la participación pública del usuario común en la red y donde se puede generar una narrativa interactiva que renueve los lenguajes instaurados en el universo de lo impreso y lo televisivo en pro de la participación activa del usuario en una nueva dinámica audiovisual: el hipermedia.

3.3.4. Nicolás Narváez (14 años)

Nicolás es un adolescente que prefiere pasar con sus amigos, le encanta andar en bicicleta, va con su padre los domingos a ciclear en el parque la Carolina, le gusta las mascotas, motivo por el cual sacan a pasear a su perro Tommy los fines de semana, menciona que el Twitter es su red social favorita porque se informa de las últimas noticias de su interés.

El joven sigue a un grupo de ciclismo en Ecuador y es seguidor de una página de cuidado a las mascotas, según indica le encanta tuitear porque puede expresar sus opiniones con libertad y porque casi siempre le agregan a favoritos a sus comentarios y fotos que publica sobre mascotas, las cuales son también comentadas por sus amigos y seguidores.

Señala que le da mucha emoción cuando sabe que hay más personas preocupadas de los animales, por lo cual sigue a la página del PAE (Protección Animal de Ecuador), comparte imágenes con sus amigos y comenta que le encantaría encargarse de alguno de los perritos difundidos por esta organización, por lo que espera que su padre pronto pueda cumplir su deseo. Nicolás pasa alrededor de 3 horas al día en redes sociales y busca seguidores de sus comentarios con respecto al cuidado de mascotas y deportivo.

De acuerdo a (Díaz Noci, 2010, pág. 265) señala que:

Las redes virtuales pasan a ser redes reales con una importante función social. Podríamos añadir que para los más jóvenes, el hecho de no estar en contacto a

través de estas redes supone una forma de no existir, de exclusión social, de no estar integrado en el mundo de los demás, de no participar en los acontecimientos de su entorno, de llegar a estar ninguneado.

3.3.5. Mateo Ruiz (22 años)

Ya lo dijo (Díaz, 2010, pág. 15) que:

Esto es todo un mito. La creencia popular de que los adolescentes de la generación Google vuelan con los nuevos dispositivos o aparatos mientras sus padres están aún leyendo el manual es totalmente lo opuesto a la realidad, como lo confirmaron los resultados de una encuesta llevada a cabo por Ofcom.

Mateo es un joven de 22 años, soltero, residente en el norte de Quito, vive solo, ya que la vivienda de sus padres está ubicada en el Valle de los Chillos y la Universidad donde estudia le queda cerca de su lugar de domicilio actual. Trabaja seis horas diarias en un reconocido estudio jurídico, sigue leyes y derecho, e indica que en sus tiempos libres le gusta leer libros sobre temas relacionados a su carrera; también le gusta viajar, pero actualmente por su trabajo y estudios no dispone del tiempo necesario para hacerlo.

Al estudiante universitario le gusta estar en contacto con sus amigos de barrio, sus ex compañeros del colegio y con su novia, es por eso que dispone de un smart phone sofisticado (Samsung S5), en el que está conectado todo el día, este artefacto no sólo le sirve para estar conectado con sus amigos, sino como herramienta necesaria para sus estudios.

En este contexto, utiliza también el Twitter para estar informado de las actividades de sus conocidos, ya que por su falta de tiempo no puede verlos muy seguido, el tuitea con su novia y le envía poemas y versos muchas veces realizados por el mismo, también su novia le envía saludos y a todos los tuits de Mateo los agrega a sus favoritos.

El joven además sigue a páginas de agencias de viaje, desea darle una sorpresa a su novia para que en el mes de agosto puedan irse juntos de vacaciones, postea los mejores sitios turísticos para elegir el mejor y todo lo realiza por medio del Twitter, revisa los comentarios de los turistas que fueron a esos lugares, para tener la seguridad que son los más apropiados para visitar en pareja.

Mateo pasa en redes sociales alrededor de seis horas al día y las personas favoritas con quienes le gusta conversar son: su novia y su mejor amigo de barrio Juan Carlos.

3.3.6. Stalin Jácome (joven de 22 años)

Que se encuentra en la misma edad del caso anterior, de igual manera utiliza el Twitter como medio informativo, en el cual navega a diario para revisar paquetes de viajes y referencias sobre los lugares turísticos del mundo.

Además por medio de esta red social, a diario envía mensajes sobre las actividades del tráfico en la ciudad, que por lo general en horas pico es un caos en el tramo de sur a norte que es en el que se moviliza, ya que vive en el sector de la Villaflores.

De acuerdo a lo mencionado, se puede reflejar nuevamente que los datos publicados por “Nokia 2012” en su feria de tendencias tecnológicas y por el informe público de resultados observados en redes sociales son certeros, frente a un escenario visto a diario en jóvenes ecuatorianos residentes en Quito, siendo la mayor parte de ellos de la generación Y.

En este contexto, se muestra otros autores quienes incluyen ciertas teorías, que presentan los mismos resultados obtenidos en la investigación de campo anterior.

Como establece (Bernete, 2010, págs. 97-114) que:

“Cada generación y cada grupo social naturaliza las tecnologías que tiene a su alcance e intenta sacarles partido, y para nuestros jóvenes usar Internet la

mensajería instantánea o las redes sociales es algo tan natural como lo fue para sus padres ver la televisión o para sus abuelos escuchar la radio”.

3.3.7. Alejandra Ortiz (24 años)

Estudiante universitaria de Psicología, al levantarse a las 6h00 lo primero que hace es coger su celular para revisar las últimas novedades que se han suscitado en el país y el mundo e inmediatamente ingresa a las cuentas de las personas que sigue para informarse de las actividades que han realizado, comentar y compartir con sus usuarios los temas de interés.

Al desayunar también interactúa y publica tuits del estado del clima en la ciudad de Quito, dependiendo como amanezca. Al irse a la universidad ubicada en la 12 de octubre, también realiza publicaciones informando cómo está el tráfico y sugiere rutas alternativas, para que la movilización no sea tan estresante y pesada.

Durante el resto de horas (en clases y receso) pasa conectada en el celular recibiendo notificaciones de sus listas de usuarios a los que les tiene en la base con las cuales interactúa o da retuits.

Ale, como le dicen sus amigos, nos comenta que en las redes sociales no utiliza su verdadero nombre y apellido por seguridad de los troll y por eso en los seguidos solo tiene a gente de su interés.

3.3.8. Joshue Espinoza (24 años)

Este joven es recién graduado de Comunicación y a diferencia de los otros chicos investigados ingresa al Twitter como medio de información, ya que trabaja en diario

Expreso y esta red social le sirve para mantener interacción con sus colegas comunicadores a escala nacional.

Además por medio de esta red se entera de las coberturas que se desarrollarán en los temas de su interés, en su caso de comunidad. Por tal razón, Joshua sigue las cuentas de la alcaldía, concejales, administraciones zonales, entre otras que tienen que generan información local.

Está conectado todo el día y recibe notificaciones, a veces interactúa con sus compañeros d otros medios o menciona a las autoridades cuando hay algún accidente o de las quejas de la ciudadanía en temas específicos. Comentó que varias ocasiones ha podido ayudar a gente con alguna necesidad por medio del Twitter.

Los autores (Analysis, The Cocktail, 2013, pág. 25) & (Nokia, 2012, pág. 11) en su investigación señalan que:

El 93% de los internautas comprendidos entre los 14 y los 17 años son usuarios habituales de las redes sociales. El acceso a las mismas se realiza a través del ordenador, pero además el 67% de los usuarios realizan comunicación también a través de su teléfono móvil y/o su tableta (56%).

El Séptimo Observatorio de Tendencias Nokia revela que el 64% de los jóvenes entre 19 y 24 años utilizan Internet en el móvil, buscando las mismas funcionalidades que en el ordenador, y nueve de cada diez utiliza las redes sociales-más de la mitad, de manera diaria-.

3.3.9. Bryan Espinoza (19 años)

Bryan es un joven estudiante que recién ingresó a la universidad y tiene cuenta en el Twitter para enterarse del futbol nacional e internacional, comentó que a diario se entera por los últimos acontecimientos en esta red social de manera instantánea.

Utiliza su cuenta desde que se despierta y cuando ya va a dormir lo último que hace es revisar su cuenta e interactuar con sus amigos, mencionándolos por ejemplo en algún dato interesante para que también se entren y puedan crear tendencias con los hashtag # en la información que quiere resaltar.

El día en el que se le analizó estaba enojado con su novia y se metía a la cuenta de “mi abuela sabia”, para saber si solucionaría su problema y volvería con su novia, igual le preguntaba el pronóstico de su signo del mes y la semana. En este contexto le envió mensajes internos a la chica con la que está saliendo y empezaron a tener una conversación, por lo cual Bryan ratifica que las redes sociales unen a las personas sin necesidad de estar conectados físicamente.

3.3.10. Josselyn Jácome (20 años)

Para Josselyn, no existe mejor invento que las redes sociales, por medio de las cuales puede interactuar con sus amigos, familia y personajes que no tiene cerca.

Esta joven se despierta a las 07h00 y desde ahí empieza su actividad en el Twitter en el cual se relaciona con sus seguidores y sus seguidos a los que les envía mensajes o preguntas de los temas de interés. Por lo general siempre está concentrada en las cuentas de farándula nacional, ya que con sus amigas y amigos se divierte contando las novedades de los personajes reconocidos del país.

A la hora de almorzar, se evidenció la falta de atención con quienes comparte la mesa, por estar navegando en la red social, por lo que su madre Dayse Solórzano le habla y se enoja por su actitud.

Lo antes mencionado sustenta los resultados de la investigación, en el que se evidencia que la mayor parte de jóvenes que utilizan las redes sociales de manera habitual (90% a diario), está pronosticada entre edades de 14 a 24 años de edad. Al referirse al acceso en un ordenador y un móvil, dependiendo las edades, se reflejan varios factores, uno

de ellos es la facilidad a obtener una herramienta tecnológica, en el caso de los adolescentes que aún no cuentan con poder adquisitivo autónomo y deben ocupar únicamente aquellos recursos que encuentran disponibles en sus hogares, mientras que aquellos de edades más avanzadas ya disponen de independencia de ingresos y pueden adquirir smart phones (teléfonos inteligentes), que en la actualidad es una necesidad para algunos jóvenes.

4. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos y la información recopilada para la elaboración del presente ensayo académico, se concluye que las Tecnologías de la Información son y seguirán siendo los medios de comunicación cuya difusión cada vez incluye a nuevos grupos de personas, une a gente de diversas partes del mundo con distinta ideología, segmenta gustos y preferencias; y, sobre todo, trae a las nuevas generaciones la idea de que “sin tecnología están realmente perdidos”.

En el tema investigado se pudo verificar que las TIC forman parte de la mayoría de sectores sociales, de esta manera las TIC cada vez abordan la mayor parte de aspectos de la vida de un ser humano, en la que los imaginarios sociales toman otros enfoques basados en el uso de la tecnología como herramienta inmaterial, instantánea e interactiva.

El presente estudio fue centrado en las relaciones sociales e interpersonales. Según lo planteado desde el inicio de la investigación, al enfocar el estudio de observación participativa hacia niños y jóvenes entre 12 a 24 años, cuya diferencia de edad es promedio; y, que los gustos y preferencias son semejantes en la influencia que tienen las redes sociales en su vida cotidiana, pero también se pudo observar que hay diferencia en el uso que cada uno le da al mismo.

Cabe mencionar, que las y los jóvenes entre 12 hasta los 25 años edad, están de acuerdo con las investigaciones realizadas, en las que se presenta que son las personas

comprendidas en estas edades los mayores consumidores de redes sociales a nivel mundial.

Por tal motivo, de acuerdo a la información anterior, se determina que el público mayor captado en cuanto a redes sociales son los jóvenes, cuyos intereses tienden a basarse en la comunicación en tiempo real, en especial con sus amistades y seres queridos cuando se encuentran lejos de ellos en un espacio de comunicación totalmente intangible; sin embargo, son personas que están cambiando constantemente de perfil, actualizando sus estados, consiguiendo la manera de alcanzar más tuits y de sobresalir como líderes en grupos sociales, de música, moda, tecnología, cuyo significado es el de sentirse importantes e imprescindibles para el público que lo sigue y lo tuitea, lo cual indica que lo dicho por (Diaz Noci, 2010) es real cuando ratifica que: " las redes virtuales pasan a ser redes reales con una importante función social."

De esta manera se puede asegurar que para los jóvenes el hecho de no estar conectados a través de redes sociales como el Twitter, los excluye socialmente o se sienten ausentes del mundo, como si su entorno se basara en una constante admiración por los tuits que pueden obtener de sus amigos, que más allá de serlo de acuerdo a los imaginarios colectivos, son percibidos como fans o fanáticos de alguna persona, en el caso de las relaciones interpersonales, que es la investigación recabada a través de este ensayo.

Cabe mencionar que al recopilar las investigaciones con respecto a redes sociales y en especial el Twitter, muy poca información se pudo obtener de este tema de forma específica, lo cual da un referente con respecto a la recomendación hacia nuevos estudios futuros, que aporten hacia esta nueva tendencia que mueve a masas sociales, cuyas investigaciones aún están siendo un tanto ausentes, nulas y se puede decir caducas hacia este tema.

Sin embargo, sería importante observarlo con un toque razonable de aplicabilidad hacia lo educativo, desarrollo de talentos humanos, sociales, pragmáticos, lógicos, éticos y sobre todo centrados en el bien común, pues como seres humanos e individuos de evolución constante, no es coherente únicamente mirar como simples usuarios de

los medios y ser simples consumistas de lo que presentan las redes sociales, como parte del estancamiento nacional y por qué no decir a nivel mundial.

La población ecuatoriana también es llamada a potencializar sus esfuerzos en estudios de temas como las TIC en Latinoamérica, con la idea hacia un futuro, donde no se enfoca al país tercermundista como se lo conoce a nivel mundial, sino mediante la aplicación de proyectos investigativos, coherentes y basados en el buen vivir, que se promulga en el Estado y que debe ser implementado teniendo como soporte el uso educativo-social de las redes sociales.

Sería de interés para la comunidad ecuatoriana detenerse a recopilar información acerca del uso y abuso de redes sociales en jóvenes, el tiempo que pasan tras un computador con la esperanza de obtener más relaciones interpersonales a través de Facebook, Whatsapp, My Space, Hi 5, Twitter, entre otros; así como verificar cuantitativamente las edades promedio de consumo de redes sociales, si es o no productivo el tiempo que dedican al uso del computador para hablar con sus amigos, verificar si las relaciones humanas están siendo reemplazadas por un monitor y un teclado a esperas de un me gusta, favorito, tuit, pues el tiempo que hoy ocupan en “chatear” podría ser de gran utilidad para crear un proyecto social, donde por ejemplo se cree una página educativa grupal donde se hable acerca de las causas y consecuencias letales del uso y abuso del alcohol y drogas, un blog donde no solo se informe de lo malo de ellas, sino donde los jóvenes que caen en las mismas pueden dar sus testimonios y al mismo tiempo haya un facilitador o moderador (administrador del grupo), quien motive a unirse al mismo y también pueda dar opiniones, sugerencias, capacitaciones, horarios de charlas personales o vía web.

Es así que se puede dar muchas aplicaciones a una red social que contribuya a la sociedad y que no se queden como simples páginas informativas de chismes, comentarios, chistes absurdos o para tener un pasatiempo; sino, educar a la sociedad para la generación de usos adecuados de los medios de comunicación, en especial aquellos que dan más confianza a los jóvenes por ser virtuales, como lo son las redes sociales.

5. Referencias

- Analysis, The Cocktail. (2013). *Informe público de resultados observatorio Redes Sociales*. Oleada.
- Bernete, F. (2010). *Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes*. Barcelano: Revista de Estudios de Juventud.
- Búa, S. (2010). *La Generación Encuentro de Investigadores en Comunicación*. Madrid: CEU.
- Carrasco, D. (2009). *Privacidad y seguridad en Redes Sociales*. Quito.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Definicion.de. (2011). *Definición*. Obtenido de Definición: Definicion.de/imaginario
- Delgado, A. O., & García, M. V. (2011). *Uso y Riesgo a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*. Barcelona.
- Díaz Noci, J. (2010). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Díaz, J. L. (2010). *Generación Google*. Quito.
- Fiebach, N. P. (2007). Elements of digital storytelling, storymaking. Obtenido de <http://www.inms.umn>.
- Iberestudios Internacional. (13 de 04 de 2011). Recuperado el 10 de 07 de 2015, de Iberestudios Internacional: <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>
- Jenkins, H. (2009). *La cultura de la convergencia*.
- María Solano Altaba, M. V. (2013). *Las nuevas tecnologías en la familia y la educación: retos y riesgos de una realidad inevitable*. Madrid: CEU.
- Marticorena, P. J. (2011). *Implicaciones de la retórica en el imaginario social tecnocientífico*. CEASGA.
- Nokia. (2012). *Séptimo Observatorio de Tendencias Nokia*.
- Ortiz, G. M. (2013). *Foto reporteros Independientes en Internet-El Rol de la red en la sociedad*. México: CIC.

- Pintos, J., & Aliga, F. (2012). *La investigación en torno a los imaginarios sociales*. RIPS.
- Ponce, I. (2012). *Monográfico sobre Redes Sociales*. Barcelona.
- Ponce, L. (2012). *Recurso tic*. Recuperado el 10 de 07 de 2015, de Recursostic: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>
- recursostic*. (10 de 05 de 2014). Recuperado el 20 de 07 de 2015, de recursostic: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/en/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Salinas, A. I. (2012). *El Movimiento Social Toma la Tele y sus estrategias de sensibilización a través de youtube*. España.
- Silva, R. (3 de Abril de 2014). Generación Smart: Vidas Tecnosociales. *El comercio*.
- tic, R. (20 de 05 de 2014). *Recurso tic*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de Recurso tic: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/component/content/article/1043-redes-sociales?showall=1>
- Torres, C. (2007). *Hipermedia Como Narrativa Web 1 era parte*.
- Twitter Support. (2010). *Twitter SMS via Short codes and 1-way*.